

VIDEO DOKUMENTER SEJARAH KAWASAN AMPEL

Syamir Alkatiri¹
Aditya Rahman Yani²

¹Mahasiswa, ²Dosen Progdil Desain Komunikasi Visual
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya 60294
Telp/Fax. (031) 8782087

ABSTRAK

Media komunikasi massa berbentuk audio visual mulai mendapat banyak perhatian dari setiap kalangan masyarakat. Media ini dapat memberi dampak positif dan negatif kepada para audience. Dampak negatif dari penyalahgunaan media audio visual adalah tidak ada tontonan yang dapat memberi manfaat atau informasi kepada audience. Tontonan yang ditampilkan hanya untuk kepentingan komersial. Dilatarbelakangi masalah tersebut perancangan ini dilakukan. Perancangan video dokumenter sejarah Ampel akan mengulas wacana yang mengandung edukasi dan hiburan. Selain terdapat kepentingan untuk mempromosikan keunikan kawasan Ampel, tontonan ini memberikan referensi tempat wisata kepada para audience. Sekaligus menyuguhkan wawasan akan perjalanan sejarah kawasan Ampel. Dalam video dokumenter ini akan diperlihatkan semua daya tarik dari kawasan Ampel.

Kata kunci: Video Dokumenter, Kawasan Ampel, Sejarah Ampel

ABSTRACT

Mass media communication in the form of audio-visual starts to get a lot of attention in every part of society. This outlet can provide positive and negative impacts to the audience. One of the negative impact of audio-visual media misuse is that there will be no show that can provide benefits and information for the audience. The show that will be displayed will only be for commercial purposes. This has become the background of the problem for this research. The designing of video documentary of Ampel's history will contain education and entertainment material. In addition there is the need to promote the regional uniqueness of Ampel, this show will become a reference for the tourist audience. It also serves to give an overview of the history of Ampel. This video documentary will show all the charms of Ampel.

Keywords: Video documentary, Ampel region, History of Ampel.

I. PENDAHULUAN

Kawasan Ampel yang terletak disebelah utara kota Surabaya, dahulunya merupakan sebuah tanah peninggalan dari kerajaan Majapahit. Pada sekitar abad ke 14 kawasan ini dipinjamkan kepada Raden Rachmat atau yang dikenal dengan Sunan Ampel, Di kawasan tersebut kemudian dibangunlah sebuah masjid untuk tempat beribadah yang dikenal dengan Masjid Ampel yang kini berfungsi juga sebagai pondok pesantren, Kawasan Ampel merupakan tempat penyebaran agama Islam pertama kali di Jawa khususnya kota Surabaya (Zed Muhammad, wawancara, Agustus 2013).

Pada sekitar abad ke 18 masuklah berbagai suku dan etnis dari luar kawasan tersebut seperti Arab, Cina, India, dan Madura. Mereka datang ke kawasan Ampel karena selain dekat dengan masjid, serta berdekatan dengan lokasi pelabuhan, sehingga memudahkan mereka untuk melakukan aktifitas perdagangan. Hal itu menjadikan kawasan Ampel sebagai kawasan yang multikultural hingga saat ini.

Kawasan Ampel memiliki 6 bangunan cagar budaya beberapa diantaranya adalah bangunan pada jaman penjajahan Belanda yang sampai saat ini masih berdiri meski telah beralih fungsi. Seiring berkembangnya jaman, saat ini kawasan Ampel juga merupakan kawasan yang memiliki aktivitas penuh selama 24 jam, baik aktifitas ibadah, perdagangan dan kuliner. Dengan potensi-potensi tersebut kawasan Ampel memiliki aset berharga yang perlu dipromosikan kepada masyarakat luas. Mayoritas pengunjung di kawasan Ampel memiliki tujuan untuk melakukan ibadah di masjid Ampel, belanja dan berwisata kuliner (Said Basmeleh, wawancara, Maret 2013).

Untuk memperkenalkan keunikan dan potensi dari kawasan Ampel ke masyarakat luas, maka diperlukan sebuah media yang tepat sebagai media promosi. Di sini media yang dipilih adalah media video dokumenter karena tergolong media audio visual, sehingga dapat menampilkan potensi apa saja yang ada di dalam kawasan Ampel yang menarik dan menjelaskan setiap tempat yang akan ditampilkan. Video dokumenter ini nantinya akan menggunakan stakeholder KOMPAS TV dalam program acara “Etalase”, dimana dalam acara ini memadukan antara hiburan dan ilmu pengetahuan serta informasi yang unik seputar Indonesia.

Video dokumenter yang menceritakan tentang kawasan Ampel ini nantinya akan ditujukan kepada orang usia dewasa yang menginginkan sebuah acara hiburan yang mengandung wawasan, khususnya wawasan tentang sejarah, sosial dan budaya. Video ini diperuntukkan oleh target audience dewasa karena akan menampilkan informasi sejarah penyebaran agama islam di Surabaya dan di tanah Jawa, perkembangan kawasan Ampel

dengan masuknya berbagai macam etnis dan suku, seperti etnis Arab, Cina, Madura, sunda, bugis dan sebagainya. Keunikan kawasan Ampel yang tidak pernah sepi dan potensi yang dimiliki sehingga menjadikan kawasan yang hidup 24 jam.

1.1. Sejarah Kawasan Ampel

Raden Rachmat atau yang dikenal dengan Sunan Ampel diperkirakan lahir tahun 1356 di Champa, Kamboja. Sejarah mencatat, Sunan Ampel adalah keturunan dari Ibrahim Asmarakan. Salah satu Raja Champa yang kemudian menetap di Tuban, Jawa Timur. Saat berusia 20 tahun, Raden Rachmat memutuskan untuk pindah ke Tanah Jawa, tepatnya di Surabaya di daerah Kembang Kuning, melihat suasana disana masih seperti hutan dianggap tidak memungkinkan untuk berdakwah. Pada suatu ketika Raden Rachmat melihat orang berduyun-duyun ke Trowulan, ternyata putri dari Prabu Wijaya, cucu dari Raja Brawijaya sedang sakit, dan membutuhkan seseorang yang bias mengobati. Kemudian Raden Rachmat terketuk hatinya untuk dating dan mengobati putrid Raja, ketika itu Raden Rachmat atau Sunan Ampel berdoa kepada Allah untuk meminta kesembuhan, dengan permintaan yang tulus dari Raden Rachmat akhirnya Putri Raja diberikan kesembuhan. Sesuai janji sang Raja barang siapa yang berhasil menyembuhkan putrinya apabila dia laki-laki akan dijadikan menantu atau suami putrinya, apabila perempuan akan dijadikan saudara bagi putrinya. Karena putri Raja sembuh karena doa dari Raden Rachmat yang tulus maka sang Raja meminta Raden Rachmat untuk tinggal di istana, dan beliau tidak berkenan untuk tinggal dengan alasan masih memiliki banyak tugas kemanusiaan. Kemudian Raja bertanya kepada Raden Rachmat apa yang diminta sebagai imbalan, Raden Rachmat menjawab ingin meminjam sebidang tanah dikampung Denta yang masih masuk dalam kekuasaan Kerajaan Majapahit.

Kemudian untuk itu Raden Rachmat dipinjam oleh Raja Majapahit berupa tanah seluas 12 hektar di daerah Ampel Denta, dibagian utara kota Surabaya untuk syiar agama Islam. Kawasan Ampel pada awalnya berasal dari bahasa Jawa “Ngampil” yang kemudian berawal dari kata *ngampil* itu menjadikan suatu nama “*Ampel Denta*”. Kemudian pada tahun 1392 Raden Rachmat mendirikan sebuah pondok pesantren, dengan adanya pesantren sangat dibutuhkan tempat beribadah, kemudian pada tahun 1396 membangun sebuah masjid dan mengembangkan pondok pesantren menjadi sentra pendidikan yang sangat berpengaruh di wilayah nusantara bahkan mancanegara. Tidak disebutkan kapan selesai pembangunan Masjid Ampel. Kawasan Ampel sejak tahun 1972

telah ditetapkan sebagai tempat wisata religi oleh Pemkot Surabaya. (Zed Muhammad, Wawancara, Agustus 2013).

1.2. Video Dokumenter

Video dokumenter yang dimaksud dalam perancangan ini adalah sebuah upaya untuk ‘menceritakan sebuah kejadian atau realita, dengan menggunakan fakta dan data. Berbeda dengan film fiksi dalam video dokumenter yang disampaikan adalah kenyataan faktual, bukan fiksional, sehingga meskipun keduanya bersifat konstruktif, didalam dokumenter terdapat keunikan yang tidak terdapat dalam film cerita. (Ayawaila, 2007)

Video Dokumenter yang digunakan termasuk kedalam kategori sejarah dan perbandingan atau kontradiksi, dimana didalam *video dokumenter* ini akan memberikan sebuah informasi tentang asal mula kawasan Ampel dan menceritakan perkembangan kawasan Ampel dengan berbagai suku etnis dan budaya yang berbeda-beda, kemudian memberikan informasi bangunan-bangunan cagar budaya dan beragam kuliner serta kondisi saat ini yang menjadikan kawasan Ampel sebagai kawasan yang hidup 24 jam.

Kawasan Ampel sangat memiliki potensi yang dapat menarik jika dapat dikomunikasikan secara efektif dan komunikatif terhadap target segmennya. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah tayangan video dokumenter untuk pariwisata Surabaya. Sebuah video dapat mencakup banyak daya tarik dan memiliki pengaruh besar dalam sebuah kemajuan sektor pariwisata dan perekonomian daerah Surabaya. Pengemasan video dokumenter yang menarik diharapkan target audience setelah menonton mengenai informasi apa saja yang terkandung dalam kawasan Ampel dapat menambah informasi dan memiliki ketertarikan lebih untuk berkunjung ke kawasan Ampel.

1.3. Tahap Pelaksanaan Produksi

Suatu produksi melibatkan banyak peralatan, orang dan biaya besar, selain memerlukan suatu organisasi yang rapi juga perlu tahap pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien. Dalam buku “Teknik Produksi Program Televisi” disebutkan tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi yang lazim disebut standart operation procedure (SOP), yaitu Pra-Produksi, Produksi, Pasca-Produksi (Wibowo, 2007:39).

1.3.1. Pra Produksi (Perencanaan dan Persiapan)

Tahap pra-produksi meliputi tiga bagian, sebagai berikut :

a. Penemuan Ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide atau gagasan, membuat riset dan menuliskan naskah atau meminta perancang naskah mengembangkan gagasan menjadi naskah sesudah riset.

b. Perencanaan

Tahap ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, lokasi, dan crew. Selain estimasi biaya, penyediaan biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.

c. Persiapan

Tahap ini meliputi pemberesan semua kontak, perijinan dan surat – menyurat. Latihan para artis dan pembuatan setting, meneliti, dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja (*time schedule*) yang sudah ditetapkan.

1.3.2. Produksi

Produksi adalah proses pengambilan gambar. Disini semua unsur teknis dan kreatif (naskah, aktor, sinematografi, suara, dll) bergabung di bawah pengawasan kreatif sang sutradara.

1.3.3. Pasca Produksi

Pasca-produksi memiliki tiga langkah utama, yaitu editing offline, editing online, dan mixing. Dalam hal ini terdapat dua macam teknik editing, yaitu :

- a. Editing Offline dengan teknik analog yaitu dengan mencatat kembali semua hasil shooting berdasarkan catatan shooting dan gambar.
- b. Editing offline dengan teknik digital atau non linier yaitu dengan menggunakan peralatan komputer dengan peralatan khusus untuk editing.

II. METODE PERANCANGAN

1. Riset Target Audiens

Setelah cukup mengetahui data sekunder pendukung perancangan video dokumenter sejarah kawasan ampel. Tahap berikutnya yang dilakukan adalah melakukan pencarian data primer, yaitu data yang berhubungan langsung dengan target audiens yang dituju dalam perancangan. Pada tahap ini dilakukan proses wawancara mendalam kepada sejarawan tentang awal mula kawasan ampel dan kuisioner untuk mengetahui seberapa jauh target audiens mengetahui potensi kawasan Ampel serta menganalisa selera atau motivasi target audiens.

2. Konsep Desain

Tahap berpikir kreatif dan menarik kesimpulan dari beberapa tahap-tahap pencarian data primer dan sekunder yang telah dilakukan. Penarikan kesimpulan ini akan menjadi formulasi atau konsep desain yang menjadi acuan konkret dalam proses produksi video selanjutnya.

3. Penentuan Kriteria

Dari ditemukannya *keyword* dan konsep, dapat diturunkan untuk kemudian menemukan kriteria desain dan menentukan aspek visual dengan cara mengkaitkan dasar-dasar tinjauan teori yang telah dilakukan.

4. Alternatif Desain

Berikutnya masuk kedalam tahap pembuatan prototype atau bisa juga disebut sebagai tahap perumusan beberapa alternatif desain. Alternatif desain dalam perancangan video dokumenter ini nantinya akan meliputi segala elemen visual yang akan menunjang dalam produksi atau pembuatan video dokumenter.

5. Final Desain

Desain yang telah jadi dan telah layak uji evaluasi serta dianggap paling sempurna untuk dipublikasikan menjadi sebuah tontonan yang sarat akan nilai hiburan berwawasan yang informatif yaitu video dokumenter sejarah kawasan Ampel.

6. Produksi Video

Pada tahap ini semua konsep desain mulai direalisasikan secara kreatif dengan melakukan pengambilan video secara langsung ke kawasan Ampel dengan acuan data faktual yang telah ada pada tahap sebelumnya.

7. Evaluasi Desain

Tahap ini merupakan tahap akhir penyeleksian dan merupakan proses akhir editing video yang paling sesuai untuk ditampilkan pada target audiens. Pada tahap ini semua komponen kreatif dalam perancangan dirumuskan dan dikombinasikan atau bahkan dibenahi kekurangan desainnya agar dapat layak dipublikasikan menjadi desain konkret yang berupa video dokumenter sejarah kawasan Ampel.

2.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil oleh penulis dari sumber yang berkaitan langsung dengan target audience yang akan dituju sebagai sasaran penikmat atau yang akan melihat video dokumenter sejarah kawasan ampel ini. Beberapa data tersebut terbagi menjadi 2 yaitu berupa data yang diperoleh dengan cara:

- 2.1.1. Wawancara mendalam kepada Bpk. Said Basymeleh, Bpk. Abdullah Albatati, Bpk. Zed Muhammad, dan Bpk. Hasan Bahanan untuk mencari cerita kronologis yang sebenarnya dan mengklarifikasi data dari buku dengan data dari sejarawan.
- 2.1.2. Melakukan observasi langsung ke kawasan ampel.
- 2.1.3. Menyebarkan 100 kuisioner kepada orang dewasa dengan jumlah 60 laki-laki dan 40 perempuan untuk mendapatkan karakteristik, minat dan persepsi dari target audience. Hasil dari kuisioner kepada 100 responden target audience perancangan video dokumenter sejarah kawasan ampel.

Jumlah :100 orang

Jenis kelamin :Laki-laki dan Perempuan

- 60 laki-laki dewasa
- 40 wanita dewasa
- Jarak Usia 40-50 tahun
- Usia 40-43 tahun : 35 orang
- Usia 44-47 tahun : 35 orang
- Usia 48-50 tahun : 30 orang

2.2. Analisa Hasil Kuisioner

- 80% Konsumen berusia antara 40-50 tahun dengan berpenghasilan tetap diatas 5 juta per bulan.
- 73% Konsumen memiliki latar belakang minimal S1.
- 68% Konsumen gemar membaca surat kabar.

- 76% Konsumen lebih memilih acara berita di televisi.
- 54% Konsumen memiliki ketertarikan dalam hobi mengoleksi sesuatu.
- 72% Konsumen lebih menyukai berwisata bersama keluarga.
- 67% Konsumen lebih mengenal KBS (kebun binatang Surabaya) sebagai icon wisata di Surabaya.
- 33% Konsumen mengenal Ampel di urutan ke 3 sebagai icon wisata di Surabaya.
- 86% Konsumen lebih tertarik melakukan wisata kuliner bersama keluarga.

Dari sintesa kuisisioner diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen merupakan pribadi yang cinta dan peduli akan keluarga, kritis terhadap pengetahuan umum, dan menyukai informasi yang memberikan wawasan.

2.3. Data Sekunder

- Buku “Dokumenter dari ide sampai Produksi”, Gerzon R. Ayawaila.
- Buku “Jadila Penulis Skenario Profesional”, Sony Set.
- Buku “5 Hari Mahir Bikin Film”, Panca Javandalasta.
- Buku “Dongeng sebuah produksi film”, Tino Saroengallo
- Buku “Writing, Directing, and Producing Documentary Films and Videos”, Alan Rosenthal.
- Buku “Bibit Kaitabe Kutho Suroboyo”
- Buku “Psikologi Perkembangan”, F.J Monks, A.M.P. Knoers, Siti Rahayu Haditono.

2.4. Target Segmen

2.4.1. Demografis

- Unisex
- Usia 40-50 tahun
- Ukuran keluarga : terdiri dari 4 orang
- Pekerjaan : Pegawai Negeri – Wiraswasta
- Pendapatan > 5 juta
- Kewarganegaraan Indonesia
- Pendidikan S1
- Agama Islam

2.4.2. Geografis

Audience dalam perancangan ini berdasarkan hasil observasi adalah masyarakat yang tinggal di Surabaya dan berasal dari kota-kota besar diluar Surabaya. Seperti Jakarta, Semarang, Jogja, Solo dan lain sebagainya.

2.4.3. Psikografis Target Segmen

Orang dewasa yang memiliki ketertarikan akan informasi sejarah, menyukai acara televisi yang memberikan wawasan, suka berkumpul dengan keluarga pada saat waktu luang, memiliki ketertarikan terhadap wawasan budaya, menyukai informasi yang mengandung ilmu pengetahuan, peduli terhadap perkembangan anak.

2.4.4. Karakteristik Target Segmen

- Suka terhadap informasi yang mengandung wawasan dan budaya.
- Suka melihat televisi yang memberikan ilmu pengetahuan.
- Suka mengoleksi suatu barang tertentu.
- Memiliki pemikiran terbuka terhadap perkembangan modern.
- Update dengan segala informasi.
- Suka membaca surat kabar.
- Suka berkumpul dengan keluarga pada waktu luang.
- Peduli terhadap perkembangan anak.
- Suka melakukan wisata kuliner bersama keluarga.
- Menginginkan tayangan televisi yang bermutu untuk anaknya.

2.4.5. Consumer Insight

Hasil analisa yang didukung dengan wawancara dan kuisisioner disimpulkan bahwaperlunya tontonan yang memberikan manfaat, pengetahuan dan wawasan. Dengan adanya video dokumenter akan sangat bermanfaat bagi target segmen dalam mendapatkan informasi yang bermanfaat karena target segmen merupakan orang yang senang menonton tayangan televisi maupun video yang memberikan dampak positif bagi dirinya.

2.4.6. Point of Contact (PoC)

Point of Contact yang dapat mewakili aktifitas audience melalui hasil survey berdasarkan tingkat frekuensi paling efektif adalah tas belanja dan poster video.

2.4.7. Unique Selling Point (USP)

Video dokumenter sejarah kawasan Ampel akan membahas sejarah terbentuknya kawasan Ampel dan membahas perkembangan suku, etnis dan budaya serta akan menampilkan keunikan kawasan Ampel. Beberapa tempat akan menggunakan teknik *timelapse* dan *slow motion*. Serta menampilkan foto clip Ampel jaman dulu dan menunjukkan tempat-tempat bersejarah Ampel, dan menceritakan potret rutinitas dan aktifitas penduduk di kawasan Ampel dan menggunakan narasi yang mudah dipahami.

III. KONSEP PERANCANGAN

Konsep utama dalam perancangan video dokumenter sejarah kawasan Ampel adalah “*Keberagaman khas dalam satu kawasan*”. “*Keberagaman*” yang artinya banyak dan bermacam-macam. “*Khas*” yang artinya spesial yang merupakan kelebihan atau sebuah ciri yang berbeda dengan yang lain.

Arti kata dalam “*Keberagaman Khas dalam satu kawasan*” adalah sebuah informasi yang akan disampaikan kepada audience bahwa didalam kawasan Ampel terdapat berbagai macam baik dari segi suku, etnis, budaya, kuliner, dan bangunan cagar budaya yang ada dalam satu kawasan.

3.1. Pendekatan Kreatif Cerita

Berdasarkan analisis *consumer insight* pendekatan kreatif cerita dapat dilakukan dengan apa yang target *audience* inginkan. Target *audience* menginginkan tayangan video dokumenter yang dapat memberikan manfaat, pengetahuan, informasi dan wawasan. Secara psikologis target audience adalah kepala keluarga yang memiliki ketertarikan akan informasi sejarah dan menyukai acara televisi yang memberikan wawasan budaya dan suka berkumpul dengan keluarga pada saat waktu luang. Penggambaran yang akan ditampilkan sesuai dengan psikografis target *audience* dimana target *audience* memiliki ketertarikan lebih akan informasi sejarah dan keanekaragaman budaya. Semua kesukaan dari target *audience* dimana kesukaan target audience adalah menyukai informasi yang dikemas secara audio visual namun lebih mengedepankan sisi realita sesungguhnya akan termuat dalam cerita. Target *audience* lebih menyukai video dokumenter yang membahas tentang sejarah dan wawasan budaya.

Pesan moral yang terkandung dalam perancangan video dokumenter sejarah kawasan Ampel adalah kerukunan kulturasi dalam satu tempat dengan hidup berdampingan antara berbagai suku dan budaya.

3.2. Sinopsis

Kawasan Ampel dulunya merupakan milik kerajaan majapahit, yang kemudian pada abad ke 14 diberikan kepada Raden Rachmat atau yang dikenal dengan Sunan Ampel. Kemudian didirikanlah tempat beribadah sebuah masjid yang berfungsi juga sebagai pondok pesantren. Sekitar pada abad ke 17 masuklah berbagai pendatang dari luar Jawa, seperti Arab dan Cina. Mereka memilih kawasan Ampel karena berdekatan dengan pelabuhan sehingga memudahkan mereka untuk aktifitas perdagangan. Pada jaman penjajahan Belanda beberapa bangunan di kawasan Ampel dijadikan sebagai kantor dan pusat pemerintahan, saat ini beberapa tempat peninggalan abad ke 14 hingga bekas penjajahan Belanda masih berdiri kokoh meski beberapa sudah beralih fungsi. Seiring berjalannya waktu kedatangan etnis, suku dan budaya menjadikan kawasan Ampel sebagai kawasan yang multikultur.

3.3. Sequence

Dalam video dokumenter sejarah kawasan Ampel ini dibagi dalam beberapa *sequence*, tiap-tiap *sequence* terdapat adegan atau kejadian yang berbeda-beda didalam cerita.

Sequence 1 : Timelapse suasana kota Surabaya.

Sequence 2 : sejarah kedatangan Sunan Ampel dan terbentuknya kawasan Ampel Denta.

Sequence 3 : Berisi narasumber yang menjelaskan sejarah kawasan Ampel.

Sequence 4 : memperlihatkan aktifitas di area masjid Ampel dan interior bangunan masjid ampel.

Sequence 5 : Timelapse pintu masuk kawasan Ampel

Sequence 6 : Masuknya berbagai suku, etnis dan budaya kedalam kawasan Ampel.

Sequence 7 : Narasumber menjelaskan kedatangan berbagai etnis ke kawasan Ampel

Sequence 8 : berbagai macam potensi cagar budaya, adat budaya, bangunan rumah, dan kuliner yang ada di kawasan Ampel

Sequence 9 : Narasumber menjelaskan kawasan Ampel saat ini.

3.4. Story Line

Opening :

1. Masjid Ampel

- Kedatangan Sunan Ampel ke Surabaya (tahun berapa-wafat)
- Sejarah berdirinya Masjid Ampel
- Foto masjid Ampel jaman dulu

- “Narasumber Zed Muhammad”
 - Gaya arsitektur Masjid Ampel
 - Pasar Gubah
2. Perkembangan Kawasan Ampel / Kampung Arab
- *Timelapse* gerbang kawasan Ampel
 - Suasana pertokoan & perkampungan kawasan ampel
 - Sejarah masuknya / datangnya berbagai etnis ke kawasan ampel.
 - Alasan berbagai etnis datang ke kawasan ampel
 - “Narasumber Said Basmeleh”
 - Suasana berbagai etnis di kawasan Ampel
3. Keunikan Kawasan Ampel
- *Timelapse* suasana kawasan Ampel
 - Hotel kemajuan berdiri suasana interior dan eksterior
 - Rumah cagar budaya colonial belanda
 - Sejarah masjid Bafadol
 - Cagar budaya langgar shalom
 - Toko buku tertua
 - Rumah khas arab
 - Seni lukis Henna
 - Kuliner khas timur tengah
 - Gule maryam legendaris (malam)
 - Aneka jajanan
 - Warung kopi 1937 (pagi)
 - Suasana Pasar pabean
 - Suasana pasar pegirikan
 - Rumah potong hewan
 - “Narasumber Hasan Bahanan”
 - “Narasumber Abdullah Albatati”

Closing

3.5. Grading

Grading yang digunakan dalam video dokumenter sejarah kawasan Ampel adalah beberapa tampilan lokasi dengan menggunakan teknik *timelapse* dan *slow motion*, bentuk video dokumenter sejarah dan kontradiksi menjadi acuan dari perancangan video dokumenter sejarah kawasan Ampel. Dengan menggunakan tone warna warm dan tidak terlalu mencolok sehingga memberikan kesan tua atau lama. *Backsound* yang digunakan dalam video adalah instrument bernuansa timur tengah, karena kawasan Ampel sangat kental dengan nunsu Arab. Penggabungan antara narasi dan *backsound music* saat pengambilan gambar menjadikan video berkesan dramatis dan berkharisma, sehingga pesan mudah diterima oleh *audience*.

3.6. Format

Video dokumenter sejarah kawasan Ampel menggunakan format size sistem PAL dan SECAM, karena banyak negara yang menggunakan kedua sistem ini seperti Australia, China, Indonesia dan beberapa negara Asia. PAL (*Phase Aternating Line*) atau SECAM (*Sequential Color and Memory*). Dalam video dokumenter sejarah kawasan Ampel ini memilih menggunakan PAL D1/DV *widescreen* : 720x576 pixel, dikarenakan dengan menggunakan *widescreen* lebih terlihat dramatis. Dengan pengambilan gambar menggunakan kamera DSLR yang dapat mencapai 60fps.

3.7. Setting Lokasi

- a. Setting lokasi narasumber Bpk.Said Basmeleh, berada didalam rumah pada bagian ruang kerja.
- b. Setting lokasi narasumber Bpk.Zed, berada didalam Masjid Ampel.
- c. Setting lokasi narasumber Bpk.Abdullah Albatati, berada didalam rumah beliau pada bagian ruang tamu.

3.8. Audio

Musik latar yang digunakan dalam video dokumenter sejarah kawasan Ampel ini musik instrumen yang bernuansa Timur Tengah dikarenakan suasana kawasan Ampel sangat kental dengan nuansa Arab.

3.9. Logo

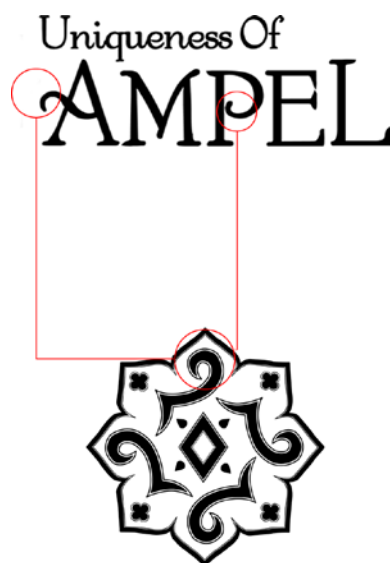
Logo diambil dari bentukan ornament dari pintu gerbang atau gapura utama menuju masjid dan makam sunan Ampel yang telah berusia ratusan tahun, serta dari ornament pintu masjid Ampel yang memadukan gaya arsitektur Jawa dan Cina.



Gb.1. Logo *Uniqueness of Ampel*

3.10. Typography

Font judul video dokumenter “Uniqueness of Ampel” diambil dari bentukan logo yang telah dipilih.



Gb.2. Font *Uniqueness of Ampel*

IV. KESIMPULAN

Perancangan video dokumenter sejarah kawasan Ampel ini diharapkan bisa membantu dan memberi kemudahan para wisatawan yang akan berkunjung ke kawasan Ampel, dan juga dapat membuat kota Surabaya menjadi pilihan tempat wisata yang dapat dipertimbangkan untuk dikunjungi baik dalam lingkup wisatawan domestik maupun mancanegara.

KEPUSTAKAAN

Ayawaila, Gerzon, R.. 2008. *Dokumenter (Dari Ide Sampai Produksi)*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Film dan Televisi – Institut Kesenian Jakarta.

Morissan. M.A. 2010. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

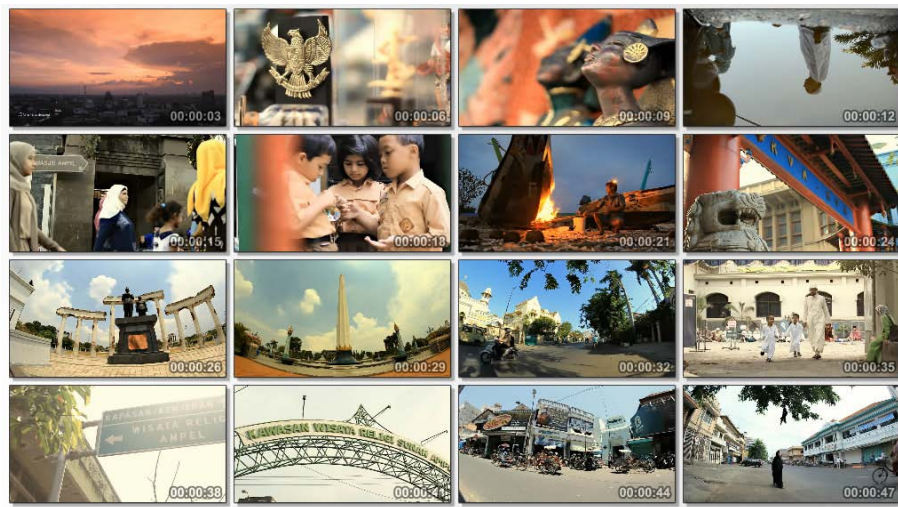
Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.

BIODATA PENULIS

Syamir Alkatiri, ST lahir di kota Surabaya pada tanggal 19 September 1990. Menyelesaikan studi S1 jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur tahun 2013.

Aditya Rahman Yani, ST., M.Med.Kom lahir di Madiun, 29 September 1981. Pendidikan S1 diselesaikan pada tahun 2005 di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya (ITS) Jurusan Desain Komunikasi Visual dengan judul tugas akhir “Perancangan Kampanye KDRT . Kemudian melanjutkan Master di bidang Media dan Komunikasi, Universitas Airlangga Surabaya pada tahun 2008-2010 dengan judul thesis “*Gambaran Kehidupan Sosio-kultural Etnis Jawa Kelas Bawah Dalam Iklan Korporat Gudang Garam.Tbk*”. Saat ini aktivitasnya adalah mengajar di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim. Beberapa kali melakukan penelitian di bidang *Visual Culture* dan dipresentasikan dalam berbagai seminar/konferensi Internasional diantaranya “*Representasi Kehidupan Sosio-kultural Orang Melayu dalam Film Upin-Ipin*”, “*Gambaran Postmodernisme dalam Film Perempuan Berkalung Sorban*”, dan “*Etika dan Estetika Seni Islam dan Seni Barat*”.

LAMPIRAN



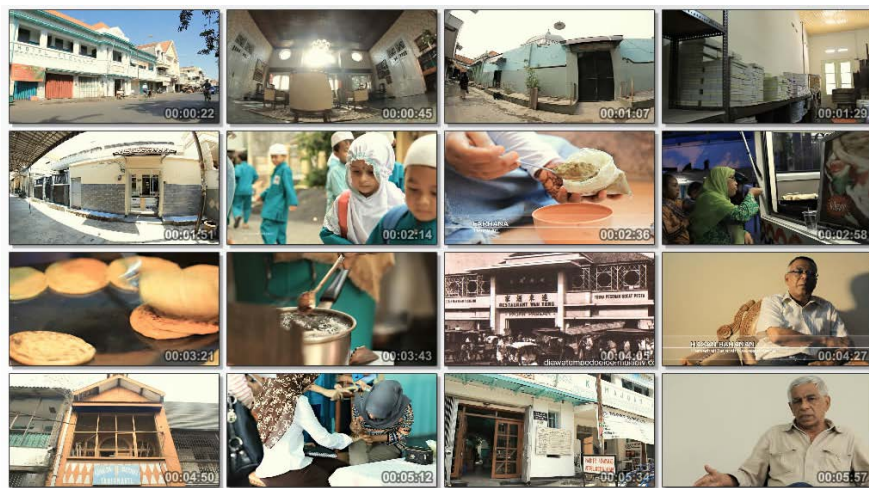
Gb.1. *Thumbnails intro opening video dokumenter “Uniqueness of Ampel”*



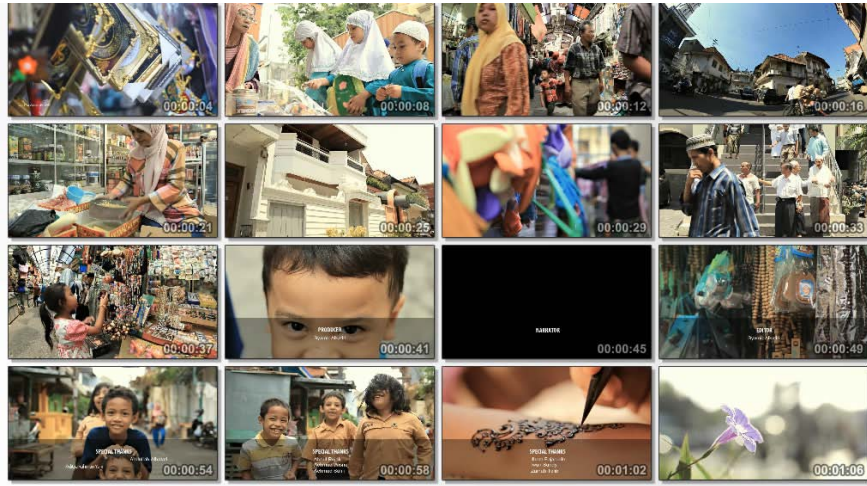
Gb.2. *Thumbnails video dokumenter “Uniqueness of Ampel” bagian pertama*



Gb.3. *Thumbnails video dokumenter “Uniqueness of Ampel” bagian kedua*



Gb.4. *Thumbnails video dokumenter “Uniqueness of Ampel” bagian ketiga*



Gb.5. *Thumbnails video dokumenter “Uniqueness of Ampel” bagian ke-empat*



Gb.6. *Stand Pameran*